Flugschriften
der Kommunistischen Internationale
8.

Die internationale kommunistische Werbewoche

vom 3. bis 10. Nov. 1921

Schreiben des Exekutivkomitees der Kommunistischen Internationale

1921

Verlag der Kommunistischen Internationale
Auslieferungsstelle für Deutschland:
Carl Hoym Nachf. Louis Cahnbley, Hamburg 8

Preis 30 Pfg.

Feltrinelli Reprint

In collaborazione con la Biblioteca dell'Istituto G. G. Feltrinelli

1967

ALIT - Nichelino (To)



Druck von Konrad Hanf, Hamburg 8.

I.

An die Massen heran!

Die Hauptlosung des III. Kongresses der Kommunistischen Internationale, die Losung, die in das Bewußtsein aller kommunistischen Parteien und jedes Kommunisten hineingehämmert werden muß, lautet: *Heran an die Massen!* Ohne die Eroberung der großen Mehrheit der Arbeitermassen, ohne daß sie überzeugt sind, daß der Kommunismus das einzige Mittel bildet, aus Not und Elend herauszukommen, ist der Sieg des Kommunismus unmöglich. Und die wirkliche kommunistische Politik beginnt damit, daß jede kommunistische Partei keinen Augenblick vergißt, daß wir noch in keinem Lande die Mehrheit des Proletariats erobert haben, und daß darum unsere nächste und wichtigste Aufgabe der Kampf um diese Mehrheit ist.

Die Bedeutung der Agitation und Propaganda.

Die kommunistischen Parteien machen im allgemeinen keinen Unterschied zwischen Agitation und Propaganda. Dennoch ist es kein Spiel mit Worten, wenn wir zwischen den beiden Arten der Massenwerbung und -Beeinflussung einen Unterschied machen und aus dieser Verschiedenheit die organisatorischen Konsequenzen ziehen. Der „Propagandist gibt einer oder mehreren Personen viele Ideen. Der Agitator gibt nur eine oder nur einige Ideen, diese aber einer ganzen Masse von Personen" (Plechanow). Aus diesem Unterschiede folgt, daß die Parteien der Organi-

sation ihrer Agitation und Propaganda ihre besondere Sorgfalt schenken müssen. Durch die Rede, die sich gewöhnlich auf eine Idee oder auf einen ganz engen Kreis von Ideen beschränken muß, gelingt es oft nicht, jene Zweifel, die im Denken der sozialdemokratischen Arbeiterschaft den kommunistischen Methoden gegenüber festen Fuß faßten, zu zerstreuen. Aus diesem Grunde ist die Wirkung selbst der besten Agitationsrede vergänglich oder doch von kürzerer Dauer. In der propagandistischen Arbeit dagegen können wir gerade darum, weil die Arbeit des Propagandisten eine detaillisierende Arbeit ist, in bezug auf den behandelten Gegenstand sich auf ein größeres Gebiet erstreckt, aber in bezug auf die Personen sich auf einen engeren Kreis beschränkt, eine unmittelbarere und mehr überzeugende Wirkung erreichen. Selbst der beste Agitator, von einzelnen außergewöhnlichen Persönlichkeiten abgesehen, kann nicht so nahe an die vor ihm stehenden großen Massen herankommen, als der Propagandist an seine mehr begrenzte Hörerschaft.

Von einem anderen Standpunkt aus betrachtet, zeitigt die besondere Organisation der Agitation und Propaganda zwei bedeutende Resultate: Sie vermehrt die Werbekraft der Partei und gibt den Mitgliedern größere Möglichkeit zu aktiver Betätigung. Agitatoren, selbst mittelmäßige, stehen den jungen kommunistischen Parteien in geringer Zahl zur Verfügung. Sehr gering ist die Zahl der routinierten Referenten, die auf größere Massen wirken können. Sehr klein ist die Zahl jener, die durch ihre Reden selbst die Hörerschaft packen können oder mit den routinierten, eine lange Uebung besitzenden alten Berufsagitatoren der Sozialdemokratie einen Vergleich aushalten würden. Hingegen ist die Zahl jener ernsten reifen Arbeiter bedeutend, die wohl nicht als Agitatoren der großen Massen, aber bei gehöriger Organisation und Führung als Propagandisten vorzüglich verwendet werden können. Der beste Teil dieser propagandistischen Kräfte liegt brach. Er wird von den Parteien

nicht ausgenützt, nicht systematisch organisiert, nicht entsprechend zusammengehalten, und demzufolge auch mit dem entsprechenden Propagandamaterial nicht versehen. Das Zurgeltungbringen der propagandistischen Kräfte (durch Schaffung von Propagandisten-Körperschaften nach Betrieben oder Betriebsgruppen, schließlich nach Gassen, Häuserkomplexen und Stadtteilen) würde zur Lösung einer großen organisatorischen Frage der Kommunistischen Parteien beitragen. Zur Lösung jener Frage nämlich, auf welche Weise eine möglichst große Zahl der Mitgliedschaft, fast die Gesamtheit, zur Teilnahme an der aktiven, verantwortungsvollen Parteitätigkeit herangezogen werden kann.

Das Exekutiv-Komitee fordert seine Sektionen auf, diese Gesichtspunkte sowohl anläßlich der Werbewoche, als auch im allgemeinen besonders zu berücksichtigen und sie, den Verhältnissen ihrer Länder angepaßt, auf jede Weise zu verwirklichen.

Es wäre unrichtig, anzunehmen, daß wir die Mehrheit der Arbeiter allein und ausschließlich durch die Agitation gewinnen könnten. Die Bourgeoisie hält den größten Teil der Propagandamittel in ihren Händen. Sie hat die Presse, sie hat die Schule, sie hat die Kirche. Sie verfolgt die schwache erst in Entwicklung begriffene kommunistische Presse. In einer ganzen Reihe von Ländern schränkt sie nicht nur die Freiheit der Versammlungen und der Presse für die Kommunisten ein, sondern sie belegt die Propaganda des Kommunismus mit größten Strafen. In Japan wie in Amerika, in Jugoslavien wie in Rumänien wird die kommunistische Agitation mit Zuchthausstrafen geahndet. Aber zu diesen Hindernissen, die der Auswirkung des kommunistischen Werkes im Wege stehen, kommt noch die Tatsache, daß enorm große Massen des Proletariats, erdrückt vom Elend, ausgemergelt durch die Not, nicht imstande sind, über ihre wichtigsten Lebensfragen nachzudenken, daß sie dahinsiechen, ohne sich zu fragen, was weiter kommt.

Diese Massen werden nur durch große Ereignisse aufgerüttelt, nur der Anblick der kämpfenden und sich durchsetzenden Vorderreihen der Arbeiterklasse, nur der Eindruck ihrer Siege, mögen es auch nur Teilsiege sein, rüttelt diese Massen auf, flößt ihnen das Vertrauen zur eigenen Macht ein. Aber auf den entscheidenden Teil der Arbeiterschaft, auf den Teil, der die öffentliche Meinung des Proletariats bildet, kann die kommunistische Partei am besten durch das überzeugende Wort herantreten, durch die Verbreitung der kommunistischen Idee wirken. Die kommunistischen Parteien haben nicht alles getan, um diese Massen zu erobern. Die ersten Jahre der Existenz der Kommunistischen Internationale standen unter dem Eindruck gewaltiger historischer Ereignisse, unter dem Eindruck des Zusammenbruches des Zarismus, unter dem Eindruck der russischen Revolution, unter dem Eindruck des Zusammenbruches des deutschen Imperialismus, des heroischen Kampfes der Sowjet-Republik und des Zusammenbruches der demokratischen und pazifistischen Illusionen, welche die Massen im Westen in ihrem Banne hielten. Die Kommunistischen Parteien brauchten nur mit dem Finger zu zeigen auf die Zeichen der Zeit. Ohne über eine irgendwie in Betracht kommende Presse zu verfügen, setzte sich der kommunistische Einfluß auf die Massen durch. Jetzt, wo die Entwicklung der Weltereignisse in einem etwas schleppenderen Tempo vor sich geht, jetzt wird es notwendig sein, die verschlungenen Zusammenhänge den Massen auf propagandistischem Wege klar zu machen, sie zu erfassen durch unsere Agitation und durch unsere Presse, sie zu lehren, die Ereignisse zu verstehen, sie nicht nur mit dem Gefühl, sondern mit dem klaren Verstand zu erfassen. Die Fragen der kommunistischen Propaganda erlangen auf diese Weise eine ausschlaggebende Bedeutung.

Der Charakter der kommunistischen Propaganda und Agitation.

Die kommunistische Propaganda muß, um erfolgreich zu sein, beständig und dauernd auf die Arbeitermassen einwirken. Wenn wir die Massen erobern wollen, müssen wir nicht nur aus Anlaß großer Ereignisse, sondern tagtäglich zu ihnen sprechen. Und damit ist gesagt, was den Gegenstand der kommunistischen Propaganda zu bilden hat. Sie muß das alles anpacken, erklären und berücksichtigen, was die Arbeitermassen angeht und bekümmert. Und die Arbeitermassen haben das größte Interesse nicht für die sogenannte große Politik, dafür was die Regierungen sagen und tun, sondern in erster Linie dafür, was sie selbst tagtäglich erleben, was sie tagtäglich bedrückt, was ihnen Freude oder Schmerz bereitet. Die kommunistische Propaganda muß darum, ohne die großen Fragen aus dem Auge zu verlieren, ihren Ausgangspunkt nehmen von den nächsten Fragen der Arbeitermassen; den Fragen des Arbeitslohnes, der Arbeitszeit, den Fragen des Brotes, der Wohnungen, der Gewerkschafts-Organisation. Von diesen Fragen ausgehend, an Hand dieser Fragen und nicht abstrakt, haben wir die leitenden Ideen des Kommunismus vor den Massen zu entwickeln und sie den Massen verständlich zu machen. Der Unterschied zwischen dem sozialdemokratischen Opportunismus und dem kommunistischen Revolutionismus besteht nicht darin, daß die Kommunisten sich mit den Fragen des endgültigen Sieges der sozialen Revolution zu befassen haben, während der Sozialdemokrat, der Zentrumsmann, der Gewerkschaftler, an den kleinen Fragen des Tages hängen bleibt. Der Unterschied besteht einerseits darin, daß die Opportunisten die Arbeitermasse nur mit diesen Fragen beschäftigen und daß sie ihr einreden wollen, sie solle für das Linsengericht kleiner Reformen auf den großen Kampf um ihre Befreiung verzichten, während wir Kommunisten dieser leidenden und bedrückten Masse immer wieder zu zeigen haben, wie auf dem Boden des Kapitalis-

mus sie nur Not und Elend erwartet, wie es unmöglich ist, ihr irgendwie mit den sogenannten Reformen zu helfen, zu denen die kapitalistischen Regierungen ihre Zustimmung geben. Andererseits unterscheiden sich die kommunistischen Parteien von den verschiedenen Arten der Reformisten, den Sozialdemokraten, den Zentristen, den zu ihnen gehörenden, oder „Nur-Gewerkschaftlern" auch darin, daß sie für die Teilforderungen der Arbeiterschaft zu Kampf und Opfer bereit sind, die der Situation angemessen und mit dem Teilziel im Verhältnis stehen. Ein klassischer Beweis dafür, wie sehr jene Elemente selbst ihre eigene Reformpolitik nicht ernst nehmen, ist die bekannte, aus zehn Punkten bestehende Forderung des Allgemeinen Deutschen Gewerkschaftsbundes, die in Deutschland schon seit Monaten herumspukt, ohne daß die Sozialdemokratie und die Gewerkschaftsbürokratie die Forderung selbst in den günstigsten Situationen ernst genommen und zu ihrer Verwirklichung, sei es im Parlament oder außerhalb desselben, einen Kampf angefangen hätte. In gleicher Weise sehen wir in England den Zusammenbruch des gewerkschaftlichen Dreibundes und seiner Reformpolitik während der Bergarbeiterbewegung.

Nur wenn die K. P. an die tägliche Not des Lebens anknüpft, kann die kommunistische Propaganda die große Glocke werden, auf deren Klang die Massen horchen.

Werbekampagne.

Wenn die kommunistische Agitation und Propaganda, um siegreich zu sein, tagtäglich auf die Massen einwirken, tagtäglich sie bearbeiten muß, so bedeutet das nicht, daß sie aus besonderen Ursachen, anknüpfend an besondere Ereignisse sich nicht konzentrieren muß auf besondere Gegenstände und besondere Losungen. Wenn ein besonderes Ereignis die Arbeitermassen in Atem hält, dann hat die Partei alle Resultate ihrer bisherigen Agitationsarbeit, alle Erfahrungen der Masse auszunützen zur Beleuchtung dieses wichtigsten Ereignisses. Sie muß die ganze Aufmerksamkeit der Masse auf dieses Ereignis konzentrieren und alle Energien zusammenfassen, die aus dem Verhältnis der Arbeitermasse zu diesem Ereignis entstehen. Wenn dies leicht durchzuführen ist, weil ein solches großes Ereignis von selbst die Massen in Atem hält, so ist es viel schwieriger, solche Agitations- und Propaganda - Kampagnen ohne große äußere Anstöße zu führen. Trotzdem ist es notwendig, daß die Partei solche agitatorisch-propagandistische Kampagnen durchführt, wenn sie in Erwartung wichtiger Ereignisse die großen Forderungen an die Aktivität der Massen stellen, die Arbeitermasse wecken, ihre Aufmerksamkeit steigern, sie bereit machen will zu Kämpfen, die ihrer harren. Die Kunst der Einleitung und der Durchführung solcher politischer Kampagnen ist bei den kommunistischen Parteien sehr wenig entwickelt. Die alten, erfahrenen politischen Führer sind größtenteils bei den alten Arbeiterparteien geblieben. Ihre im Dienste der Arbeiterbewegung erworbene Kenntnis der Leitung der politischen Kampagnen benützen sie jetzt dazu, um die Arbeitermassen zu verwirren und der Bourgeoisie gefügig zu machen. Die Mehrzahl der Mitglieder der kommunistischen Parteien besteht aus jüngeren proletarischen Elementen, die fähig sind, mit großem Enthusiasmus sich für den Kommunismus zu schlagen, aber noch nicht die Kunst gelernt haben, den Boden unter den Füßen des Gegners zu minieren oder seine Positionen durch die zweckmäßige Konzentrierung des Feuers *auf einen Punkt* zu berennen. Die kommunistischen Parteien nehmen sehr oft Anläufe zu einer Agitations-Kampagne. Aber sie verstehen es nicht, ihre Losungen auf den aktuellen springenden Punkt zu konzentrieren und die Agitation für die aufgestellte politische Losung in einem bestimmten Zeitraum als die wichtigste Aufgabe der Partei zu behandeln. Sie verstehen weder diese Agitation systematisch zu steigern und zu erweitern, bis das gewollte Resultat erzielt und der Kampf um die ge-

gebene Frage einstweilen abgebrochen wird, noch verstehen sie, bei einer solchen Kampagne den gesamten organisatorischen Apparat der Partei in ihren Dienst zu stellen. Eine Durchführung und Vorbereitung dieser Agitations- und Propaganda-Kampagne in breiten Schichten stellt den Organisationsapparat nicht minder auf die Probe als eine Teilaktion. Eben deshalb erfordert dies eine sorgfältige Vorbereitung mit voller Ausnützung der gegebenen Möglichkeiten und die Umstellung des ganzen Organisationsapparates der Partei in dieser Richtung. Die Herausgabe von allen möglichen Richtlinien genügt nicht. Der Kampagne muß eine sorgfältige umsichtige Sammlung des Materials vorangehen. Das ganze Material, das sich auf die den Gegenstand der Kampagne bildende Tatsache bezieht, muß ins Auge gefaßt werden, und alle angreifbaren Stellen in der Stellungnahme der feindlichen Parteien sind sorgfältig herauszusuchen. Der ganze Stoff ist dem Agitations- und Propagandagebiet entsprechend zu spezialisieren, damit keine der Parteiinstitutionen der Kampagne fernbleibe, sondern eine jede auf ihrem speziellen Gebiet die vollste Betätigungsmöglichkeit habe. Eine Gewerkschafts-Kampagne kann nicht bloß die Aufgabe der Gewerkschaftsfunktionäre der Partei sein, sondern muß ebenso das Wirtschaftsarchiv als auch die Parteiarbeiter in der Jugend- und Frauenpropaganda beschäftigen. Andererseits darf sich auch die Gewerkschaftszentrale der Partei nicht in voller Seelenruhe mit den gewohnten Tagesproblemen beschäftigen, wenn die Partei z. B. gegen die weiße Schandjustiz oder für die Amnestierung der Opfer derselben eine Agitations- und Propagandakampagne einleitet. In solchen Fällen muß die Gewerkschaftszentrale mit ihren besonderen Mitteln und Methoden ihrem Betätigungsgebiet entsprechend in der Richtung der allgemeinen Kampagne der Partei wirken.

Ebenso unrichtig wäre es, wollten einzelne örtliche oder Gebietsorganisationen wegen Fragen örtlicher oder provinzieller Bedeutung die allgemeine Kampagne der Partei vernachlässigen. In den meisten Fällen erscheint sogar die Verknüpfung der allgemeinen Agitations- und Propagandakampagne mit diesen örtlichen oder Landesaktionen als richtig.

Wie die Aktionen der Partei ist auch jede Agitations- und Propagandakampagne ein Probierstein der politischen und organisatorischen Zentralisation der Partei.

Ein Agitations- und Propagandamittel zur Steigerung der Kampagne ist nicht in letzter Reihe die Beobachtung und Bekanntmachung der Ergebnisse der Kampagne in der Presse, in Versammlungen und Zusammenkünften. In einer jeden Agitationsversammlung und Propagandaberatung ist die Stellungnahme der Teilnehmer in Resolutionen festzulegen, mit Bezeichnung der Zahl der Anwesenden und des Stimmenverhältnisses. Dem Wesen der Kampagne entsprechend sind teils gleichartige, vereinheitlichte Resolutionen vorzulegen, teils aber solche mit verschiedener Fassung. Unter allen Umständen aber ist es hervorragende Pflicht der Parteipresse, daß sie die Resolutionen veröffentlicht über den Verlauf der Sitzung und Abstimmung, über die Zahl und Stimmung der Teilnehmer, möglichst über die Reden der an der Debatte teilnehmenden Arbeiter — nicht bloß der Funktionäre und Berufsagitatoren — Bericht erstattet. Dies muß auch dann gemacht werden, wenn dadurch an den üblichen journalistischen Schablonen oder an der schablonenmäßigen Einteilung der Zeitung irgend etwas geändert werden müßte. Die Schilderung des Verlaufes und der Erfolge der Kampagne verstärkt naturgemäß das Selbstvertrauen der kommunistischen Massen und der Teilnehmer an der Agitation und Propaganda, beeinflußt sehr günstig auch die außerhalb der Partei stehenden Massen, auf die wir durch die Kampagne wirken wollen.

Was bei der aufmerksamen Beobachtung der bisherigen kommunistischen Werbe-Kampagne ins Auge sprang, ist die Tatsache, daß sie in schablonenhafter Weise vor sich geht. Sie beschränkt sich auf die Agitation vermittels der Presse

und der Versammlungen und in besonderen Fällen der Demonstrationen. Ganz abgesehen davon, daß die Presse in der Anordnung des Materials, in der Ausnützung der Karikatur, in der Bearbeitung der Teile, die von den Arbeitern gelesen werden, sehr mangelhaft ist, stehen der kommunistischen Agitation und Propaganda noch tausend andere Mittel zur organisierten Beeinflussung der öffentlichen Meinung der Arbeiterklasse offen. Die organisierte Hausagitation, durch Gruppen von Arbeitern und Arbeiterinnen, die Haus für Haus die proletarischen Stadtviertel besuchen, Flugzettel persönlich unter die Bevölkerung austeilen, die Organisation der Agitation in den Arbeiterkneipen, vor dem Ausgang der Fabriken, das sind alles Methoden, die von uns fast gar nicht angewandt werden. Bei systematischer Anwendung von Methoden, wie sie z. B. in den anglo-sächsischen Ländern praktiziert werden, wie kurze Reden auf Versammlungsplätzen, an den Ecken der Straßen, werden große Resultate schon darum erzielt werden, weil diese Methoden durch die Neuheit anziehen werden. Umzüge mit Arbeiterkapellen, mit Karikaturen und Bildern und tausend andere Mittel der Agitation und Propaganda müssen systematisch durchdacht, gelernt, organisiert und angewendet werden, wenn die Partei zu einer Kampagne rüstet.

II.

Die kommunistische Werbewoche.

Die Kommunistische Werbewoche hat einen anderen Charakter als die Propaganda- und Agitations-Kampagnen, die aus besonderen Situationen oder für besondere Zwecke organisiert werden. Sie soll dem allgemeinen Ziele dienen, die breitesten Massen des Proletariats mit den allgemeinen Zielen des Kommunismus, mit der Politik der Kommunistischen Internationale bekannt zu machen. Sie hat also nicht die Aufgabe, eine aktuelle Losung in die Massen hinein zu hämmern, sondern auf Grund der konkreten, der die Massen am meisten beunruhigenden Fragen die allgemeinen Losungen der Kommunistischen Internationale wuchtig vor die Masse zu stellen. Es gilt also vorerst festzustellen, welche Fragen es sind, die uns Kommunisten und die breite Masse jetzt am meisten bewegen und die die Pfeiler der Agitation in dieser Woche bilden müssen.

Die erste Frage, die uns Kommunisten aufs tiefste bewegt, ist die Frage von der allgemeinen Lage der Welt, die Frage von der Weiterentwicklung der Weltrevolution. Natürlich denken die breiten Massen darüber nicht in abstrakter Form der Frage, wie sie vor dem III. Kongreß der Kommunistischen Internationale stand, ob sich der Kapitalismus konsolidiert oder nicht. Aber diese Frage bewegt die Massen als die Frage der großen Offensive, die die

Kapitalisten in der ganzen Welt gegen die Lebenshaltung der Massen führen. Die Frage tritt an die Masse heran in der Form der ungeheuren Steuerlast, in der Form der Frage nach der Möglichkeit neuer Kriege. Es gilt für die Agitation während der kommunistischen Propaganda-Woche klar und übersichtlich die Tatsachen darzustellen, was die Kapitalisten, was die Regierungen, was die bürgerlichen Parteien beim Ausbruch des Krieges den Massen versprochen haben, und wie sie jetzt leben. Es gilt, klar und grell ihnen zum Bewußtsein zu bringen, wie der Kapitalismus ihnen sogar die armseligen Freuden geraubt hat, die sie vor dem Kriege hatten. An der Hand der Tatsachen der Weltwirtschaftskrise gilt es, zu zeigen, wie der Kapitalismus nicht fähig ist, ihnen sogar ein Sklavenleben zu sichern In den siegreichen Ländern gilt es den Massen zu zeigen, wie sehr die Kapitalisten sie betrogen haben, als sie ihnen versprachen, ihre Lebenslage auf Kosten der besiegten Länder zu heben. In den besiegten Ländern gilt es zu zeigen, wie die Bourgeoisie, über Niederlagen, über die schlechten Feinde klagend, gleichzeitig in Luxus lebt, während sie den Volksmassen, die am Ausbruch des Krieges unschuldig waren, alle Lasten aufzubürden sucht. Es gilt an den Gegensätzen, die nicht nur die Welt der kapitalistischen Sieger von den Besiegten trennen, sondern die den Völkerbund der Sieger zum Gespött machen, die jetzt im Nahen Osten die Kanonen dröhnen lassen, die im Fernen Osten die Gefahr des Weltkrieges auferstehen lassen, es gilt an den Ziffern der Rüstungsbudgets zu zeigen, wie groß der Zerfall des Weltkapitalismus ist.

Diesen Widersprüchen sind die Ziele und Wege des Kommunismus entgegenzustellen. Hatten wir nicht recht, als wir dem Proletariat sagten, daß alle bürgerlichen und sozialdemokratischen Redensarten von einem Völkerbund Lug und Trug sind, solange der Kapitalismus besteht? Wo ist der Bund der sich gegenseitig helfenden Völker? *Es*

herrscht die nackte Gewalt, die Diktatur des Kapitals der siegreichen Staaten. Wie kann sie gebrochen werden? Durch die Wiederaufrichtung des Kapitals der besiegten Staaten? Das wäre *der neue Weltkrieg der Kapitalisten untereinander, und die Kosten werden wieder die Arbeiter tragen.* Mehr als jemals steht der Weg des Kommunismus da als der einzige, der die Arbeitermassen aus Not und Elend herausführen kann. Die Erfahrungen der drei Jahre nach dem Kriegsschluß haben tausendmal erhärtet, was Sowjetrußland, was die Kommunistische Internationale den Arbeitern gesagt hat. Es wird keinen Frieden geben, bis das Kapital, bis die Bourgeoisie nicht besiegt und entwaffnet wird, bis das Proletariat, bis die arbeitenden Schichten in Stadt und Land nicht ihre Herrschaft aufgerichtet haben. Die Diktatur des Proletariats, das ist der Weg, der allein zum Ziele führt. Es gilt, in jedem Lande auf Grund seiner Erfahrungen zu zeigen, was die Sozialdemokratie und das Zentrum gegen die Propaganda der Diktatur gesagt haben und was die Tatsachen sagen über die Möglichkeit der Besserung der Lage der Arbeiterklasse auf dem Wege der Demokratie, geschweige denn der Besiegung des Kapitals, der Sozialisierung der Produktionsmittel auf dem Wege der Demokratie. Die Geschichte der Sozialisierungs-Komödie in Deutschland und Oesterreich, der Frage der Nationalisierung der Bergwerke in England bietet glänzende Gelegenheit zur Beleuchtung dieser Fragen. Die Verfolgung des Kommunismus in Deutschland (siehe das Buch Gumperts: Zwei Jahre Mord), die Blutjustiz gegen den Kommunismus in so demokratischen Ländern wie Jugoslawien und den Vereinigten Staaten Nordamerikas, müssen konkret geschildert werden.

Die Gegner der Kommunistischen Internationale suchen auf Grund der schweren Not Sowjetrußlands, auf Grund seiner Leiden, die Arbeitermassen zu überzeugen, daß der Kommunismus ein falscher Weg ist, daß er das Elend nur

vergrößert. Sie behaupten, Sowjetrußland und die Kommunistische Internationale seien bankerott. Es gilt, in dieser Agitation zu zeigen, wie alle Lasten der Weltrevolution auf die schmalen Schultern des alleinstehenden russischen Proletariats gefallen sind, wie es tapfer gekämpft hat gegen eine Welt von Feinden, wie es die kapitalistische Welt gezwungen hat, auf den offenen Krieg gegen Sowjetrußland zu verzichten. Sowjetrußland hat gezeigt, welche große Kraft das Proletariat entfalten kann, wenn es für seine Interessen rücksichtslos kämpfen will. Aber es hat auch gezeigt, wie groß die Leiden einer proletarischen Armee sind, die in ihrem Kampfe nicht genügend von den proletarischen Massen anderer Länder unterstützt wird. Während die, die schuld sind daran, daß das russische Proletariat bisher alle Lasten des Kampfes gegen das Weltkapital tragen mußte, aus den Leiden der russischen Revolution Material schöpfen gegen die Idee des Kommunismus, gilt es zu zeigen, wie sich die Gefahren und Lasten mindern, wenn die Arbeiter aller Länder in den Kampf treten und sich gegenseitig stützen.

Die Darstellung der Unterschiede zwischen der Internationale der Tat, der Kommunistischen Internationale, und der II. Internationale, der Internationale der Lakaien des Kapitalismus, der Internationale der Amsterdamer, der Unterschiede zwischen der Kommunistischen Internationale und der 2½ - Internationale, der Internationale der schwankenden Gestalten, eine Darstellung mit Tatsachen in der Hand, muß in unserer Agitationswoche einen breiten Raum einnehmen. Dem Geschrei von der Spaltung, die von uns angeblich getrieben wird, muß der Appell an die breiten Massen entgegengestellt werden, daß sie sich sammeln, einig im Kampf gegen das Kapital. Es muß an dem Beispiel des „Offenen Briefes" in Deutschland gezeigt werden, wie wir Kommunisten die Einheit erstreben, während die Amsterdamer überall die Kommunisten aus den Gewerkschaften auszuschließen suchen.

Die Vorbereitung der kommunistischen Werbewoche.

Wir haben hier die Hauptfragen genannt, die in der Agitation unserer Werbewoche im Vordergrunde stehen müssen. Es gilt jetzt, überall in jedem Lande die besten schriftstellerischen Kräfte der Partei dafür zu sammeln, daß sie diese Fragen in kurzen, klaren, schlagenden Artikeln behandeln und in sehr kurzen, 4—8-seitigen (lieber in mehreren kleineren, als in einer größeren) Flugschriften das Material der Agitation und Propagandakampagne verarbeiten. Ebenfalls ihre Aufgabe ist die Sammlung des Stoffes und seine Bearbeitung für die Agitatoren und Propagandisten, wie auch eine derartige Bearbeitung des Materials, daß dieses sich einem jeden besonderen Agitationsgebiete anpaßt, von der Landarbeiterorganisation angefangen, bis zur Organisation der technischen Angestellten. Es gibt ferner die mit uns sympathisierenden Künstler zu mobilisieren, damit sie Bilder, Karikaturen, Vignetten für die Werbewoche zeichnen. In jedem Lande gilt es die erfahrensten Organisatoren zu sammeln, damit sie Mittel finden, durch die wir während dieser Woche an eine zehnmal breitere Masse gelangen können, als es unsere Presse gewöhnlich imstande ist. Es ist allenfalls zu empfehlen, daß anläßlich der Werbewoche die besten Agitatoren, *die Reichs- und Landesfunktionäre der Partei zu den Versammlungen der gegnerischen Parteien entsendet werden, nebst den beweglichsten und entschlossensten Elementen der Partei, doch ohne die Absicht der Provozierung von Zusammenstößen.* Auch in solchen Versammlungen sind, wenn auf eine ansehnliche Minderheit Aussicht vorhanden ist, Resolutionen vorzulegen und eine Abstimmung herbeizuführen. Unsere Gewerkschaftsfraktionen, Frauenorganisationen, Jugendorganisationen, Sport-, Turn- und Gesangvereine usw. haben das Ihrige zu tun, um weit über den Rahmen der kommunistischen Parteien hinaus in dieser Woche die Ideen des Kommunismus

hinauszutragen. In dem kleinsten Orte, in jeder Fabrik müssen die Parteimitglieder und die mit uns sympathisierenden Arbeiter herangezogen werden zur Beratung darüber, was sie in dieser Woche zu tun haben. Die zur Propagandaarbeit geeigneten Elemente unter den Liniensoldaten der Partei sind beizeiten auszuwählen. Für eine jede Betriebs- und Werkstätte, für jede Hausgruppe, jeden Stadtteil, für eine jede gewerkschaftliche Ortsgruppe sind aus diesen Genossen Propagandakörperschaften zu bilden. Es ist vornehmste Pflicht eines jeden Parteifunktionärs, die Propangandisten mit schriftlichen und mündlichen Weisungen, sowie mit Agitationsmaterial zu versehen, um mit ihnen während der Kampagne in ständiger Verbindung zu stehen. Ebenfalls ist beizeiten die Information der Parteipresse über die während der Werbewoche abgehaltenen Versammlungen, Beratungen und anderen Propaganda-Veranstaltungen zu organisieren. *Besondere Aufmerksamkeit ist der Jugendpropaganda zu widmen.* In dieser Beziehung erscheint wenigstens für die Dauer der Werbewoche die Schaffung eines organisatorischen Bundes zwischen den Jugendarbeiterorganisationen und Frauensektionen für wichtig, damit wir durch die Frauenorganisationen, durch die Arbeitermütter den Jungarbeitern und Kindern näher kommen und die Zahl der Jungarbeiter- und der Kindergruppen vergrößern können.

Es ist klar, daß die Funktionäre der kommunistischen Parteien bei dieser Arbeit an der Spitze marschieren müssen. Aber die kommunistische Partei kann nicht durch das gute Funktionieren ihres Apparates allein in die breitesten Massen hineindringen, sie kann es nur tun durch die Initiative und Opferwilligkeit, durch den Enthusiasmus aller Mitglieder, ob Weib, ob Mann, ob jung, ob alt. Es gilt nicht nur, die Agitation unter den Massen zu entfalten, sondern auch *eine Agitation durch die Massen*, die schon Kommunisten sind.

Die Exekutive der Kommunistischen Internationale fordert alle ihr angeschlossenen Sektionen auf, dieses Schreiben nicht nur in sämtlichen Parteiorganen zu veröffentlichen, sondern auch dasselbe zum Gegenstand aller Beratungen in allen Parteiorganisationen zu machen. Alle Parteizentralen sind verpflichtet, den Stoff für die Vorbereitung und die Nachrichten über den Verlauf (Zeitungsausschnitte, Plakate, Bilder, Rundschreiben, Weisungen usw.) sorgfältig zu sammeln und mit statistischen Daten versehene Berichte über die Ergebnisse der Werbewoche spätestens in sechs Wochen nach Beendigung der Kampagne dem Exekutivkomitee zuzustellen.

Moskau, 24. August 1921.

Das Exekutivkomitee
der Kommunistischen Internationale.